

ABSTRAK

Fenomena tingginya konsumsi kopi di Indonesia, khususnya Kopi Janji Jiwa, mendorong penelitian ini untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi Minat Beli Ulang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada kopi janji jiwa. Populasi dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal 2 kali pada produk Kopi Janji Jiwa di kawasan Jakarta Barat. Sebanyak 150 responden dengan rentang usia 18-55 tahun dipilih sebagai sampel penelitian dengan menggunakan rumus *Hair*. Data dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner *google form*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS. Penelitian ini Membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang dan Harga berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli Ulang, Janji Jiwa



ABSTRACT

The high coffee consumption phenomenon in Indonesia, especially Kopi Janji Jiwa, encourages this research to understand the factors that influence consumer Repurchase Intention. This study aims to analyze the influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Repurchase Intention on Kopi Janji Jiwa. The population in this study is someone who has made at least 2 purchase transactions on Kopi Janji Jiwa products in the West Jakarta area. As many as 150 respondents with an age range of 18-55 years were selected as research samples using the Hair formula. Data was collected through a survey method using a Google form questionnaire. The sampling technique used is purposive sampling. The data was analyzed using the Structural Equation Model (SEM) with the SmartPLS analysis tool. This study proves that Brand Image has a Positive and significant effect on Repurchase Intention, Product Quality has a Positive and significant effect on Repurchase Intention, and Price Quality has a Positive and significant effect on Repurchase Intention.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Price, Repurchase Intention, Janji Jiwa.*

